

สัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสาร ภายในองค์กรกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า Relationship in organization and Satisfaction in internal communication in organization with Work behavior of Customer Service Staffs

วันที่ได้รับบทความ 28 กรกฎาคม 2565 วันที่แก้ไขเสร็จ 12 กันยายน 2565
วันที่ตอบรับเผยแพร่ 15 กันยายน 2565

ปกรณ สายช่างทอง*
Pagorn Saichangthong*
พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช**
Pornthip Sampattavanija**

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริการลูกค้าที่มีผลต่อสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ของสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรกับความพึงพอใจในการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงาน

*นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

*Gradute Student, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
email: 0243.pagorn@gmail.com

**อาจารย์ ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

**Lecturer, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
email: pornthipsam@gmail.com

ทำงานของพนักงานบริการลูกค้า โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาเชิงสำรวจ และใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น คัดกรองผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและทำงานบริการลูกค้ามาแล้วอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไป โดยครอบคลุมงานบริการลูกค้า 3 รูปแบบ คือ พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ หรือพนักงานบริการทั่วไป

ผลการศึกษาพบว่า พนักงานบริการลูกค้าที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน จะมีสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน อีกทั้งยังพบว่าสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าโดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมากทั้งสองตัวแปร รวมถึงพบว่าความพึงพอใจในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงาน of พนักงานบริการลูกค้า

คำสำคัญ: พนักงานบริการลูกค้า, สัมพันธภาพภายในองค์กร, ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร, ความพึงพอใจในการทำงาน, พฤติกรรมการทำงาน

Abstract

The purposes of this research are to study the differences between personal factors of customer service staffs with relationship in organization and satisfaction in internal communication in organization, to study the correlation of relationship in organization and satisfaction in internal communication in organization with job satisfaction of customer service staffs, and to study the relationship between job satisfaction and work behavior of customer service staffs. The study is based on quantitative research with survey research. A questionnaire is used to

collect data from 400 samples with non-probability sampling method. Collecting data from customer service who are 18 years of age or elder and have worked as staffs for at least a year in 3 types of customer service job which are Call Center staffs, Customer Relations staffs and General Customer Service staffs.

The results showed that personal factors of customer service staffs were no significantly different with relationship in organization and satisfaction in internal communication in organization. Relationship in organization and satisfaction in internal communication in organization had positive correlation with job satisfaction of customer service staffs at both very high levels. Lastly, relationship in job satisfaction had no correlation with work behavior of customer service staffs.

Keywords: Customer service staffs, Relationship in organization, Satisfaction in internal communication in organization, Job satisfaction, Work behavior

ที่มาและความสำคัญ

การบริการลูกค้าจะช่วยให้ธุรกิจมีความโดดเด่นกว่าคู่แข่ง ทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อตราสินค้า Zendesk (บริษัทที่ปรึกษาด้านการบริการลูกค้า) กล่าวว่า ร้อยละ 77 ของลูกค้าจะมีความภักดีกับธุรกิจที่สร้างการบริการระดับยอดเยี่ยมมากกว่า จากรายงานของ Zendesk พบอีกว่า ความภักดีกับธุรกิจที่มีการบริการยอดเยี่ยมสามารถเป็นไปได้เฉพาะกับธุรกิจที่ให้ความสำคัญแก่การบริการลูกค้าอันดับแรก เพราะหากธุรกิจไม่ให้ความสำคัญกับการบริการลูกค้า ลูกค้าจะทิ้งตราสินค้านั้นไป

ทันที นอกจากนี้ ครึ่งหนึ่งของลูกค้า พร้อมจะไปหาคู่แข่งทันทีหากมีประสบการณ์ที่ไม่ดีเพียงครั้งเดียว และถ้ามีประสบการณ์ที่ไม่ดีมากกว่าครั้งเดียว แนวโน้มนั้นก็เพิ่มสูงเป็น 80% (Courtney Gupta, Customer Service Enthusiast, 2565)

บริษัทจัดหางานระดับโลกคาดการณ์ทิศทางตลาดแรงงานไทยในปี 2565 ว่า งานบริการลูกค้าและธุรกิจบริการจะเป็นธุรกิจที่มีความต้องการสูง รวมถึงเป็นสายงานที่เป็นที่ต้องการของแรงงาน อ้างอิงจากผลสำรวจในปี 2565 พบว่า งานบริการลูกค้าอยู่อันดับ 3 จาก 10 อันดับของสายงานที่เป็นที่ต้องการของแรงงาน และอยู่ในอันดับที่ 8 จาก 10 ของสายงานที่เป็นที่ต้องการของตลาดงาน หมายถึงผู้ประกอบการหรือธุรกิจต่าง ๆ มีความต้องการจะจัดจ้างพนักงานบริการลูกค้า นอกจากนี้ Sale Here Editor (2565) เว็บไซต์ที่รวมโปรโมชั่นสินค้า บริการ และกิจกรรมทางการตลาด เผยผ่านบทความ “พาส่อง 10 สายอาชีพมาแรงในปี 2022” พบว่า งานการขาย งานบริการลูกค้า และการพัฒนาธุรกิจ เป็นงานที่บริษัทต่าง ๆ ต้องการมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นความสำคัญของงานบริการลูกค้า

โดยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน อัตราการลาออกของพนักงานบริการลูกค้า ตำแหน่งต่าง ๆ อยู่ในเกณฑ์ที่สูง Shaham (2022) Director of Strategic Accounts ของ TechSee บริษัทที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีที่มีชื่อเสียง ระบุว่า ที่ผ่านม้อัตราการลาออกของ Call Center อยู่ในเกณฑ์ที่สูงเสมอ เพราะลักษณะงานที่จำเจ ต้องจัดการกับการโทรศัพท์เข้ามามากมายของลูกค้า และความผูกพันหรือการมีส่วนร่วมของพนักงานต่อองค์กรที่ต่ำ อัตราการลาออกเฉลี่ยของเจ้าหน้าที่ Call Center ก่อนช่วงโควิดในช่วงหลายปีที่ผ่านมาคือ 30 – 45% ซึ่งมากกว่าค่าเฉลี่ยของอาชีพอื่น รวมถึงผลสำรวจพนักงานร้านอาหารซึ่งเป็นหนึ่งในงานบริการ จำนวน 4,700 คนพบว่า ระดับการลาออกของพนักงานสูงกว่าช่วงก่อนโควิดระบาด การลาออกสำหรับพนักงานรายชั่วโมงสูงถึง 144% ของจำนวนพนักงานร้านอาหาร โดย

เฉพาะร้านอาหารประเภทที่ต้องบริการอย่างเร่งด่วนหรือร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด เมื่อเทียบกับปี 2019 หรือช่วงก่อนโควิดระบาดอยู่ที่ 135% ของจำนวนพนักงานร้านอาหาร อัตราการลาออกเพิ่มขึ้นเกือบ 10% จากปี 2019 (ปาริชาติ โชคเกิด, 2564)

จำนวนพนักงานในองค์กรที่ลาออกถือเป็นปัญหาสำคัญขององค์กร ส่งผลเสียต่อองค์กรในหลาย ๆ ด้าน ซึ่ง ไทเกอร์ (2563) กล่าวถึงผลกระทบการลาออกของพนักงานเอาไว้ดังนี้

1. ค่าใช้จ่ายในการจ้างคนใหม่ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการลงโฆษณาจ้างงาน การจ้างฝ่ายบุคคล ยิ่งองค์กรมีพนักงานลาออกเยอะ ค่าใช้จ่ายส่วนนี้ก็จะยิ่งสูง
2. เวลาสอนลูกน้องที่มากขึ้นเรื่อยๆ การสอนกระบวนการทำงานหรือวิธีใช้โปรแกรมต่าง ๆ ไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ในระยะสั้น โดยเฉพาะการให้หัวหน้ามาสอนเอง หัวหน้าจะมีเวลาน้อยลง
3. งานที่ไม่ทัน การที่พนักงานลาออกบ่อย ๆ จะทำให้ประสิทธิภาพการทำงานน้อยลง เห็นได้ในฝ่ายขายหรือบริการลูกค้า บางครั้งลูกค้ารายใหญ่ก็หลุดมือไปเพราะว่าพนักงานที่เกี่ยวข้องลาออก
4. ข้อมูลขาดหาย พนักงานบางคนรู้ข้อมูลและกระบวนการทำงานขององค์กรเยอะมาก บางครั้งรู้คนเดียว การที่พนักงานเหล่านี้ลาออกจะทำให้เกิด “ข้อมูลหาย” ส่งผลกระทบต่อองค์กรเช่นกัน
5. ชื่อเสียงด้านลบ ทำให้พนักงานบางคนเสียกำลังใจในการทำงาน และชื่อเสียงด้านลบนอกองค์กร ทำให้คนบางกลุ่มไม่อยากจะสมัครงาน ในกรณีที่ร้ายแรงที่สุดอาจจะทำให้ลูกค้าเลิกสนับสนุนองค์กรไปเลย

อังคณา ไวน์ส (2561) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออกของพนักงานโรงงานทอผ้าฝ้าย อำเภอนิคมน้ำพอง จังหวัดระยอง พบว่าปัจจัยสำคัญในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออกของพนักงาน ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือหากผู้บริหารและ

หัวหน้างานให้ความสำคัญกับการรับฟังปัญหาของพนักงานที่พบจากการทำงานมากขึ้น ตลอดจนให้คำแนะนำวิธีการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ร่วมกับพนักงาน ก็จะทำให้พนักงานรู้สึกสบายใจเวลาทำงาน และปัญหากระทบกระทั่งในการทำงานระหว่างหน่วยงานก็จะลดลง ส่งผลให้พนักงานรู้สึกสบายใจในการทำงานมากขึ้น พนักงานก็จะมีแนวโน้มการตัดสินใจลาออกลดลงด้วย รวมถึงงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ยูไนเต็ด แสตนด์การ์ด เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน) (แพมลา วัฒนเสถียรสินธุ์, 2559) ระบุว่า การดำเนินการในธุรกิจการให้บริการให้บรรลุผลสำเร็จและมีประสิทธิภาพที่ดีนั้น การบริหารจัดการภายในองค์กรให้เข้มแข็งเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการสื่อสารภายในองค์กร เพราะการติดต่อสื่อสารช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ดี มองเป้าหมายร่วมกัน ซึ่งในธุรกิจการให้บริการนั้นการติดต่อสื่อสารเป็นหัวใจสำคัญที่จะส่งผลให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้าและประสบความสำเร็จในการให้บริการ

จากเหตุผลด้านความสำคัญของพนักงานบริการ ประกอบกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่และภักดีกับองค์กรตามที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้ารูปแบบงานบริการต่าง ๆ ดังนี้ 1) พนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ 2) พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ 3) พนักงานบริการทั่วไป เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหาร ผู้ช่วยผู้จัดการและผู้จัดการร้านอาหารต่าง ๆ หรือพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินที่ทำหน้าที่ให้บริการ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้โดยสารบนเครื่องบิน เพื่อศึกษาข้อมูลอันเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงาน สัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้เข้าใจในปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการทำงานเพื่อประโยชน์ในการลดอัตราการลาออกของพนักงานบริการลูกค้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสัมพันธภาพภายในองค์กร ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงานและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสัมพันธภาพภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้า
3. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้า
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

ขอบเขตงานวิจัย

การศึกษาสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้านี้ จะทำการศึกษาผู้ที่ทำงานบริการลูกค้ามาแล้วอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไปในที่ทำงานปัจจุบันในตำแหน่งพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ หรือพนักงานบริการทั่วไป อายุ 18 ปีขึ้นไป โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน ปี 2565 โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2556) กล่าวว่า ความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ โดยการศึกษาสัมพันธ์สภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า ผู้วิจัยเลือกศึกษาตัวแปรทางประชากรด้านเพศ อายุ และสถานภาพการสมรส เนื่องจากตัวแปรดังกล่าว เป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์และความพึงพอใจในการสื่อสาร

จากแนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ผู้วิจัยจึงนิยามปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่างที่ส่งผลต่อสัมพันธ์สภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ประกอบด้วย ลักษณะทางประชากร คือ เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และรูปแบบงานบริการ

2. แนวคิดเกี่ยวกับงานบริการลูกค้า

Kotler (1988) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการลูกค้า หมายถึง กิจกรรมหรือปฏิบัติการใด ๆ ที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งไม่สามารถจับต้องได้และไม่ได้ส่งผลต่อความเป็นเจ้าของของสิ่งใด ทั้งนี้ การกระทำดังกล่าวอาจจะรวมหรือไม่รวมอยู่กับสินค้าที่มีตัวตนก็ได้ หรือที่สมิต สัจฉกร (2550) กล่าวว่า การบริการคือ การให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดที่ปราศจากบริการ การขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใดก็ตามที่ต้องการมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ การขายสินค้าจะประสบความสำเร็จได้ต้องมีบริการที่ดี การบริการที่ดีจะช่วยรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ทำให้เกิดการขายซ้ำแล้วซ้ำอีก และ

ชักนำให้มีลูกค้าใหม่ ๆ ตามมา ผู้วิจัยสรุปได้ว่างานบริการลูกค้าเป็นงานที่สามารถพบได้ทุกอุตสาหกรรม โดยงานบริการลูกค้าแต่ละรูปแบบการบริการมีหน้าที่แตกต่างกันออกไป ซึ่ง 10 คุณสมบัติสำคัญที่พนักงานบริการต้องมี ได้สรุปไว้ดังนี้ 1) การพูดโน้มน้าวใจ 2) ความเอาใจใส่ลูกค้า 3) ทักษะการปรับตัว 4) ทักษะการใช้ภาษา 5) สื่อสารอย่างชัดเจนและยอมรับเมื่อตอบคำถามลูกค้าไม่ได้ 6) อดทนและควบคุมตนเองได้ 7) รับผิดชอบในหน้าที่ 8) รับฟังเพื่อเข้าใจความต้องการลูกค้า 9) กระตือรือร้นและอยากพัฒนาตนเอง 10) การบริหารจัดการเวลา

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสัมพันธภาพภายในองค์กร

สุภาณี ดาแก้ว (2561) กล่าวว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน หมายถึง ความสัมพันธ์ที่ดีภายในกลุ่มผู้ที่ปฏิบัติงานอยู่ในระดับเดียวกันตั้งแต่สองคนขึ้นไป เป็นความสัมพันธ์ที่มีเป้าหมายร่วมกันในการทำงานให้ประสบความสำเร็จตามที่กำหนดไว้ โดยอาศัยความร่วมมือร่วมใจกันในการปฏิบัติงานของผู้ร่วมงาน

คณศ จุลสุคนธ์ (2554) ให้ความหมายไว้ว่า การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน โดยแสดงออกในลักษณะการร่วมมือกัน การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การยอมรับซึ่งกันและกัน ตลอดจนสามารถปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่นได้ โดยใช้ตัวแปรจากองค์ประกอบของเครือข่ายแท้ เครือข่ายศักดิ์ (2543) ระบุว่า เครือข่ายแท้ ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ คือ 1) การรับรู้มุมมองร่วมกัน 2) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน 3) การเกิดผลประโยชน์และความสนใจร่วมกัน 4) การมีส่วนร่วมของสมาชิกเครือข่ายอย่างกว้างขวาง 5) การเสริมสร้างซึ่งกันและกัน 6) การพึ่งพิงอิงร่วมกัน 7) การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน ประกอบการวัดระดับสัมพันธภาพของพนักงานบริการลูกค้าที่มีต่อหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน

ในงานวิจัยนี้ให้ความหมายของสัมพันธภาพภายในองค์กรไว้ว่า สัมพันธภาพภายในองค์กร คือ ระดับของความสัมพันธ์ของคนสองคนขึ้นไปปฏิสัมพันธ์กัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ แบ่งเป็นสัมพันธภาพกับหัวหน้างานและสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน โดยใช้องค์ประกอบของเครือข่ายแท้เป็นตัวชี้วัด

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

วาสิตา บุญสาธ (2563) กล่าวว่า การสื่อสารองค์กร คือกระบวนการการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และความรู้ในหมู่สมาชิกขององค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร โดยในงานวิจัยนี้ จะอ้างอิงแบบสอบถามความพึงพอใจในการสื่อสารในองค์กร 8 มิติ ที่ได้รับการปรับปรุงจาก Downs and Hazen (1977) อันประกอบด้วย 1) ความพึงพอใจในบรรยากาศของการสื่อสาร 2) ความพึงพอใจในการสื่อสารกับผู้บังคับบัญชา 3) ความพึงพอใจในการบูรณาการหรือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในองค์กร 4) ความพึงพอใจในคุณภาพของสื่อ 5) ความพึงพอใจในการสื่อสารตามแนวราบและการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ 6) ความพึงพอใจในภาพรวมขององค์กรโดยทั่วไป 7) ความพึงพอใจในข้อมูลป้อนกลับส่วนตัว 8) ความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใต้บังคับบัญชา ประกอบการวัดระดับความพึงพอใจในการสื่อสารของพนักงานบริการลูกค้า

จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงนิยามความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรว่า ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร หมายถึง ระดับความรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจของพนักงานบริการลูกค้าที่มีต่อการสื่อสารภายในองค์กรของตน

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน

หนังสือหรืองานวิจัยต่าง ๆ ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้คล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยจึงสรุปว่า ความพึงพอใจในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกในทิศทางที่ดีของพนักงานแต่ละบุคคล ตลอดจนทัศนคติในเชิงบวกที่มีต่องานที่ปฏิบัติอยู่ โดยมีปัจจัยเรื่องผลตอบแทน สวัสดิการ หัวหน้างาน การเลื่อนตำแหน่ง เพื่อนร่วมงาน

สภาพแวดล้อมในที่ทำงาน นโยบาย กฎระเบียบ และข้อบังคับ เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยจากทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959) ผู้วิจัยได้ใช้ตัวแปรด้านปัจจัยแรงจูงใจ เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ทัศนคติทางบวกและทำให้เกิดความพึงพอใจในงาน เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับงาน ประกอบด้วย 1) ความสำเร็จในการทำงาน 2) การได้รับการยอมรับนับถือ 3) ลักษณะงาน 4) ความรับผิดชอบ 5) ความก้าวหน้า 6) ความเป็นไปได้ที่จะเจริญเติบโต และ ด้านปัจจัยค่าจูง เป็นปัจจัยที่ช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในงาน เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้บุคคลทำงานอยู่กับองค์กรหากมีการจัดวางไว้อย่างเหมาะสม ประกอบด้วย 1) เงินเดือน 2) สถานะอาชีพ 3) นโยบายและการบริหาร 4) สิ่งแวดล้อมในการทำงาน 5) ความมั่นคงในงาน 6) ผู้บังคับบัญชา 7) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา 8) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 9) ชีวิตส่วนตัว มาประกอบการสร้างแบบสอบถาม เพื่อวัดระดับความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

6. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน

ลลิตา เกอเกลียง (2562) กล่าวว่า พฤติกรรมการทำงาน หมายถึง พฤติกรรมและกระบวนการทำงานของพนักงานในองค์กร ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร รวมไปถึงสิ่งที่คุณค่าการแสดงผลออกมาขณะปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งพงศ์ หรดาล (2540) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้การทำงานมีประสิทธิภาพ ได้แก่ ทัศนคติ และความพึงพอใจในการทำงาน แรงจูงใจในการทำงาน ขวัญกำลังใจ ผู้นำมนุษยสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสาร และความผูกพันต่อองค์กร โดยผู้วิจัยจะศึกษาพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าว่ามีพฤติกรรมแสดงออกระหว่างปฏิบัติงานบริการอย่างไร เพื่อนำไปวัดระดับความจงรักภักดีต่อองค์กรต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงาน ผู้วิจัยขอนิยามว่า พฤติกรรมการทำงาน หมายถึง การกระทำที่พนักงานบริการลูกค้าแสดงออกถึงความรัก ความผูกพัน ความตั้งใจในการปฏิบัติงาน และความจงรักภักดีต่อองค์กร ในงานวิจัยนี้วัด

เป็นระดับของความตั้งใจและความจงรักภักดีต่อองค์กร ซึ่งสะท้อนถึงการปฏิบัติงานในองค์กรและสายงานบริการที่ทำอยู่ จนถึงความตั้งใจที่จะเปลี่ยนสายงานใหม่ ดังนี้ 1) ทำงานด้วยความตั้งใจ มุ่งหวังโอกาสก้าวหน้าในการทำงานบริการลูกค้าในองค์กรเดิม 2) ทำงานด้วยความตั้งใจ แต่หางานบริการลูกค้าในองค์กรอื่นหรือรูปแบบงานบริการอื่น 3) ทำงานไปเรื่อย ๆ และมองหางานในสายงานอื่น 4) หางานในสายงานอื่นอยู่และกำลังจะลาออกจากการบริการลูกค้าเร็ว ๆ นี้

วิธีการวิจัย

เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-Sectional Study) และใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ซึ่งให้ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง (Self-administered) มุ่งเน้นกลุ่มประชากรที่ทำงานบริการลูกค้ามาแล้วอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไปในที่ทำงานปัจจุบันในตำแหน่งพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์ พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ หรือพนักงานบริการทั่วไป อายุ 18 ปีขึ้นไปโดยไม่จำกัดภูมิภาค ในที่นี้ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงอ้างอิงสูตรของ Taro Yamane ที่ความเชื่อมั่นระดับร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนในการยอมรับไม่เกินร้อยละ 5 หรือ 0.05 ($e = 0.05$) จึงได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการสำรวจครั้งนี้ต้องไม่ต่ำกว่า 400 คน ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ตามขั้นตอนโดยเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลโดย คัดกรองผู้ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปและทำงานบริการลูกค้ามาแล้วอย่างน้อย 1 ปีขึ้นไปโดยให้ครอบคลุมถึงงานบริการลูกค้าใน 3 รูปแบบ คือ ตำแหน่งพนักงานบริการลูกค้าทางโทรศัพท์

พนักงานลูกค้าสัมพันธ์ หรือพนักงานบริการทั่วไป ซึ่งผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลประชากรในแต่ละรูปแบบการบริการให้มีจำนวนใกล้เคียงกันมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

1. สัมพันธภาพภายในองค์กร

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับสัมพันธภาพภายในองค์กรในระดับดี โดยมีระดับสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงานมากกว่าสัมพันธภาพกับหัวหน้างาน เนื่องจากงานบริการลูกค้า เป็นงานที่ต้องอาศัยการทำงานเป็นทีมเป็นอย่างสูง ไม่สามารถทำงานเพียงลำพังได้และต้องการความรวดเร็ว ปัญหาจากลูกค้าแต่ละครั้งอาจจำเป็นต้องแก้ไขปัญหาในลักษณะต่าง ๆ ทำให้พนักงานบริการลูกค้าต้องช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ปรึกษาปัญหา หรือแชร์ประสบการณ์ร่วมกันเพื่อให้การทำงานให้บริการที่ทันเวลาที่

ในส่วนของสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยกับประเด็นมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด เนื่องจากปฏิสัมพันธ์เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานบริการลูกค้าอย่างมาก ดังนั้นการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีจะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น ในด้านสัมพันธภาพกับหัวหน้างาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดที่ประเด็นหัวหน้างานสนับสนุนและเป็นกันเอง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการควบคุมดูแลการทำงานของพนักงานโดยใช้ความเป็นกันเอง เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนได้ถึงสัมพันธภาพในการทำงานระหว่างหัวหน้างานและพนักงานซึ่งส่งผลต่อไย่งการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยน้อยที่สุด พบว่า ทั้งกับเพื่อนร่วมงานและหัวหน้างาน คือ การมีเรื่องที่สนใจร่วมกัน ซึ่งประเด็นดังกล่าว เป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล เนื่องจากพนักงานบริการลูกค้าทุกคนมีที่มาและภูมิหลังแตกต่างกัน จึงมีความชอบหรือเรื่องที่สนใจแตกต่างกัน

2. ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร

ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรในระดับมาก โดยพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นการสื่อสารกับหัวหน้างาน รองลงมาคือการรับรู้ข่าวสารที่สำคัญภายในองค์กร และมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรน้อยที่สุดในประเด็นคุณภาพของสื่อที่ใช้ในการสื่อสาร

อภิปรายผลการศึกษาได้ว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการสื่อสารกับหัวหน้างานมากที่สุด เนื่องจากงานบริการลูกค้าใช้การสื่อสารเป็นเครื่องมือหลักในการปฏิบัติงาน แต่ด้วยลักษณะงานและหน้าที่ในการทำงาน ทั้งพนักงานและหัวหน้างานจะต้องปรึกษาหารือกัน ตัดสินใจ ติดตามงานซึ่งกันและกันตลอดเวลา พนักงานอาจต้องขอคำแนะนำในการทำงานจากหัวหน้างาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงาน นั่นคือการสร้างความประทับใจสูงสุดให้กับลูกค้า ผลวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรธุรกิจในประเทศไทยที่กลุ่มตัวอย่างทำงานด้านบริการอยู่ ค่อนข้างให้ความสำคัญต่อการสื่อสารภายในองค์กร โดยเฉพาะการสื่อสารจากหัวหน้างานและทำการสื่อสารเรื่องสำคัญเพื่อให้พนักงานรับรู้ข้อมูล นอกจากนี้ ในประเด็นความพึงพอใจในคุณภาพของสื่อที่ใช้ในการสื่อสารถึงแม้จะมีค่าเฉลี่ยในระดับมากแต่น้อยกว่าประเด็นอื่น จึงเป็นประเด็นที่องค์กรควรให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นและพิจารณาการใช้สื่อในองค์กรที่เหมาะสม ให้มีสื่อที่มีคุณภาพและทันสมัย เนื่องจากสื่อที่ใช้ในการสื่อสารเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกและมีผลต่อการปฏิบัติงานโดยตรงต่อพนักงานบริการลูกค้า

3. ความพึงพอใจในการทำงาน

ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการทำงานในระดับมาก พิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านปัจจัยแรงจูงใจ กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดในประเด็นการได้รับการยอมรับนับถือภายในองค์กร รองลงมาคือ ความสำเร็จในการทำงาน และพึงพอใจน้อยที่สุดในประเด็น ความรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย ด้านปัจจัยค่าจ้าง กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมากที่สุดในประเด็น ความสัมพันธ์กับ

เพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ ชีวิตส่วนตัวที่มีผลต่อการทำงาน และพึงพอใจน้อยที่สุดในประเด็น เงินเดือน

อภิปรายผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในการทำงานในด้าน ปัจจัยแรงจูงใจ มากกว่า ด้านปัจจัยค่าจ้าง เนื่องจากปัจจัยแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวงาน ทัศนคติทางบวกในการทำงาน และเป็นปัจจัยระหว่างตัว พนักงานบริการลูกค้ากับงานที่ทำโดยตรง แต่ปัจจัยค่าจ้างจะเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของที่ทำงานที่ส่งเสริมให้พนักงานบริการลูกค้าอยากทำงานกับองค์กร จากผลวิจัยสะท้อนว่างานบริการลูกค้ามีลักษณะของงานที่สร้างความพึงพอใจได้ และพนักงานบริการลูกค้า มองเห็นคุณค่าของงานบริการด้วยตัวของน้องานเอง เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ด้านปัจจัยแรงจูงใจ กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด ในประเด็นการได้รับการยอมรับนับถือภายในองค์กร อาจอธิบายได้ว่า งานบริการลูกค้ามีเป็นงานที่สำคัญและเกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำให้ลูกค้าคงอยู่และภักดีต่อสินค้า/บริการขององค์กร ประกอบกับปัญหาในการดูแลลูกค้าบางกรณีก็ค่อนข้าง ยาก โดยอ้างอิงจากผลการตอบแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจน้อยที่สุด ด้านปัจจัยแรงจูงใจในประเด็นความรับผิดชอบของท่านต่องานที่ได้รับมอบหมาย อาจเป็นเพราะพนักงานบริการลูกค้าต้องประสานงานกับหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร เป็นหน่วยงานที่เปรียบเสมือนศูนย์กลางในการดูแลลูกค้าและเป็น ตัวแทนขององค์กร เป็นผลให้พนักงานบริการลูกค้ารู้สึกว่าคุณค่าตนเองเป็นคนสำคัญ ในองค์กร ในส่วนของด้านปัจจัยค่าจ้าง กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุดในประเด็น ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ในระดับมาก สอดคล้องกับผลวิจัยด้านสัมพันธภาพ ภายในองค์กรที่พบว่า การมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับที่ดี ทั้งนี้เพราะ งานบริการลูกค้าเป็นงานที่ต้องอาศัยการทำงานเป็นทีมค่อนข้างสูง เป็นงานที่ต้อง พุดสนทนากับเพื่อนร่วมงานหรือลูกค้าตลอดเวลา ส่วนประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างพึง พพอใจน้อยที่สุดในด้านปัจจัยค่าจ้างคือ เงินเดือน ซึ่งหากดูประเด็นที่พึงพอใจน้อย

ที่สุดทั้งปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค่าจ้างแล้ว อาจสรุปได้ว่า เงินเดือนกับปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายนั้นอาจไม่สอดคล้องกัน

4. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสัมพันธภาพภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้า

ผลการศึกษา พบว่าพนักงานบริการลูกค้าที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรส รูปแบบงานบริการแตกต่างกันจะมีสัมพันธภาพภายในองค์กรทั้งในภาพรวมและแยกตามด้าน คือ ด้านสัมพันธภาพกับหัวหน้างาน และด้านสัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการวิจัยได้ว่า ในปัจจุบัน สังคมให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมในการใช้ชีวิตมากขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ ก็สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้นกว่าในอดีต ประชาชนจึงปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบันตลอดเวลา ลักษณะภูมิหลังของประชากรจึงไม่ส่งผลให้เกิดความแตกต่าง เช่น ผู้ชายกับผู้หญิงสามารถทำงานข้ามสายงานกันไปมาได้อย่างอิสระเสรี ประกอบกับเรื่องของสัมพันธภาพในการทำงานเกิดจากการบริหารจัดการองค์กรเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมาย องค์กรที่มีการให้บริการลูกค้าพิจารณาเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีในองค์กร จึงอาจเป็นผลให้ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ส่งผลต่อสัมพันธภาพภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชรพรรณ วิบูลย์ศิริ (2559) ที่พบว่า พนักงานบริษัท โมเดอร์นฟอร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) ที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการทำงานด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานไม่ต่างกัน

5. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรของพนักงานบริการลูกค้า

ผลการศึกษา พบว่าพนักงานบริการลูกค้าที่มีเพศ อายุ สถานภาพสมรสและรูปแบบงานบริการแตกต่างกันมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

อภิปรายผลการศึกษาได้ว่าในงานบริการลูกค้า องค์กรส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในองค์กร อ้างอิงได้จากผลการวิจัย โดยตัวแปรความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร พนักงานบริการลูกค้าพึงพอใจในประเด็นการรับรู้ข่าวสารที่สำคัญภายในองค์กร มากที่สุดเป็นอันดับสอง การได้รับรู้ข่าวสารที่สำคัญจะทำให้ทำงานได้อย่างราบรื่น แสดงให้เห็นว่าองค์กรที่มีงานบริการลูกค้า ทำการสื่อสารภายในองค์กรได้เป็นอย่างดี ผลวิจัยยังแสดงให้เห็นอีกว่า สายงานบริการลูกค้า องค์กรจะสื่อสารแบบให้ความสำคัญกับพนักงาน เพื่อสามารถชี้แจงข้อมูลกับลูกค้า ได้อย่างถูกต้อง เป็นไปได้ว่าองค์กรทำการออกแบบการสื่อสารทั้งแบบเป็นทางการ เพื่อให้มีรูปแบบการสื่อสารกับลูกค้าไปในทิศทางเดียวกัน และไม่เป็นทางการ จากพนักงานถึงพนักงานด้วยกันเอง ทำให้พนักงานทุกคนเข้าถึงข่าวสารที่สำคัญได้ทันเวลา จึงเป็นผลให้ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกัน แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปิยฉัตร ทับทิมเจือ (2556) ที่วิจัยบุคลากรของกรมสุขภาพจิต พบว่า ลักษณะทางประชากรด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรสและสายงานที่แตกต่างกันจะมีความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรไม่แตกต่างกันเช่นกัน

6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า สัมพันธภาพภายในองค์กรภาพรวมมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมาก กล่าวคือ พนักงานบริการลูกค้าที่มีสัมพันธภาพภายในองค์กรในภาพรวมที่ดีขึ้น จะมีความพึงพอใจในการทำงานในภาพรวมมากขึ้นตามไปด้วย

อภิปรายผลการศึกษาได้ว่า เป็นไปตามทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959) ที่ระบุว่า ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและความสัมพันธ์กับเพื่อน

ร่วมงาน เป็น 2 ประเด็นที่อยู่ในปัจจัยค่าจูน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในงาน เป็นลักษณะที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมในที่ทำงาน เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้บุคคลทำงานอยู่กับองค์กรหากมีการจัดวางไว้อย่างเหมาะสม โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับธัญพร สีนพัฒน์พงศ์ (2560) ที่พบว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการไฟฟ้านครหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมถึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการลาออกของพนักงานด้วย สอดคล้องกับเสาวลักษณ์ จักรสันเทียะ (2561) เรื่อง ปัจจัยด้านค่าตอบแทนที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับเจ้าหน้าที่กรณศึกษาบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง พบว่า ปัจจัยเพื่อนร่วมงาน โอกาสในการเติบโต และหัวหน้างาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สะท้อนว่าพนักงานยังคงมีความสุขกับสภาพแวดล้อมการทำงานในด้านอื่น ๆ ของบริษัท

7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงมาก

อภิปรายผลการศึกษาได้ว่า เป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีสองปัจจัย (Herzberg et al., 1959) ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการทำงานในด้านปัจจัยค่าจูนเช่นกัน เนื่องจากความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อสภาพแวดล้อมภายในองค์กร และสภาพแวดล้อมในการทำงานภายในองค์กรเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ทำให้ผลวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงาน ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับทีชนิษฐา จิตแสง (2563) การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการถ่ายทอดสารจากสารหรือข้อความจากบุคคลฝ่ายหนึ่ง ที่เรียกว่า

ผู้ส่งสาร ไปยังบุคคลอีกฝ่าย ซึ่งเรียกว่าผู้รับสาร โดยผ่านสื่อหรือช่องทางการสื่อสาร เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารอันจะนำมาซึ่งความสัมพันธ์อันดี ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน เพื่อสร้างสังคมแห่งความสุขในการอยู่อาศัยร่วมกัน กล่าวโดยสรุปคือ การสื่อสารภายในองค์กรก่อให้เกิดความสุขในการทำงาน นั้นหมายถึงความพึงพอใจในการทำงานนั่นเอง

8. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานและพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้า

ผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการทำงานของพนักงานบริการลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการทำงานที่สะท้อนถึงความจงรักภักดีต่อองค์กรปานกลางส่วนใหญ่ร้อยละ 32.8 มีพฤติกรรมหางานสายงานอื่นอยู่และกำลังจะลาออกจากงานบริการลูกค้าเร็ว ๆ นี้ รองลงมา ร้อยละ 28.0 ทำงานด้วยความตั้งใจ แต่หางานบริการลูกค้าองค์กรอื่นหรือรูปแบบงานบริการอื่นอยู่ ถัดมา ร้อยละ 21.7 ทำงานไปเรื่อย ๆ และมองหางานสายงานอื่นไปเรื่อย ๆ และร้อยละ 17.5 ทำงานด้วยความตั้งใจ มุ่งหวังโอกาสก้าวหน้าการทำงานบริการลูกค้าในองค์กรเดิม

อภิปรายผลการศึกษาได้ว่าไม่สอดคล้องกับที่ ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) ที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจในการทำงานเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวก เป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้ผลตอบแทนคือ ผลที่เป็นความพึงพอใจที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่น และมีขวัญกำลังใจที่จะทำงาน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการทำงาน รวมทั้งส่งผลต่อความสำเร็จและการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ทั้งนี้อาจอธิบายได้ว่า รูปแบบการทำงานและทัศนคติในการทำงานของคนทำงานในปัจจุบันกำลังเปลี่ยนไป ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ. (2564) ระบุว่า ปัจจุบันคนรุ่นใหม่มีการทำงานที่หลากหลายโดยไม่อาศัยงานหลัก

เพียงอย่างเดียว และ ฝ่ายบุคคลและผู้ประกอบการ. (2565) ระบุว่าคนรุ่นใหม่ ตั้งแต่คน Gen Y ถึง Gen Z นิยมเปลี่ยนแปลงที่ทำงานกันบ่อยมากขึ้นทั่วโลก จะเห็นได้ว่าคนทำงานต้องการการทำงานที่มีความยืดหยุ่นทั้งเรื่องเวลาทำงาน และเรื่องรายได้ ตลอดจนต้องการพัฒนาตนเองมากขึ้น ประกอบกับงานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยในสายงานบริการ ซึ่งจากแนวคิดการบริการ อธิบายว่าเป็นการทำงาน ที่เกี่ยวข้องกับการติดต่อผู้ใช้บริการ เป็นการให้บุคคลต่าง ๆ ได้ใช้ประโยชน์ทางใด ทางหนึ่งจากความพยายามของผู้ให้บริการ เพื่อให้บุคคลนั้นได้รับความช่วยเหลือ ตามความประสงค์ จึงกล่าวได้ว่า งานบริการลูกค้า เป็นงานที่ต้องการคนที่มีจิตใจ พร้อมช่วยเหลือผู้อื่นอยู่ตลอดเวลาและพร้อมให้บริการในทุกสถานการณ์ เพื่อให้ ลูกค้าได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากการใช้สินค้าหรือบริการขององค์กร พนักงาน บริการลูกค้าจึงต้องอดทนและต้องรับแรงกดดันจากทั้งหัวหน้างาน เพื่อนร่วมงาน ในแผนกและต่างแผนก รวมถึงแรงกดดันจากลูกค้า เพื่อให้บริการและตอบสนองใน สิ่งที่ลูกค้าประสงค์ ซึ่งลักษณะงานดังกล่าวอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนงานได้แม้จะมีความพึงพอใจในการทำงานหรือไม่ก็ตาม ดังนั้น จากเหตุผลดังกล่าวจึงไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานกับพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน บริการลูกค้า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) จากผลการวิจัยด้านสัมพันธภาพในองค์กร ประเด็นสำคัญที่พบคือ การมี ปฏิสัมพันธ์ที่ดี และความสนิทสนมและเป็นกันเอง ผลดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าการ สร้างการมีปฏิสัมพันธ์ในองค์กร ควรเป็นวัตถุประสงค์สำคัญของการสื่อสารภายใน องค์กร ตลอดจนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การทำงานของพนักงานบริการลูกค้าราบ รื่นและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น องค์กรต่าง ๆ ควรส่งเสริมให้พนักงานบริการลูกค้าใน องค์กรมีความรักใคร่สามัคคีกัน โดยอาจให้ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์เน้นการจัดกิจกรรม

ที่สร้างความสัมพันธ์ภายในองค์กร เช่น หลักสูตรฝึกอบรม การท่องเที่ยวประจำปีขององค์กร การแข่งขันกีฬาภายในองค์กร เป็นต้น

2) จากผลการวิจัย พบว่า สัมพันธภาพภายในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการทำงานทั้งด้านปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ทำให้ทราบได้ว่า องค์กรควรให้ความสำคัญกับการสร้างสัมพันธภาพและการจัดการการสื่อสารภายในองค์กร โดยอาจมีการฝึกอบรมหัวหน้างาน หรือเจ้าหน้าที่อาวุโสที่ดูแลพนักงานระดับปฏิบัติการ ถึงกลยุทธ์ในการสร้างสัมพันธภาพ รวมถึงกลยุทธ์ในการสร้างความสัมพันธ์เพื่อสื่อสารระหว่างกันภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานบริการลูกค้าทำงานได้อย่างมีความสุขในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ตลอดจนช่วยให้พนักงานบริการลูกค้าทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อดูแลลูกค้าขององค์กรต่อไป

3) จากผลการวิจัย พบว่า พนักงานบริการลูกค้ามีความพึงพอใจในการทำงานน้อยที่สุดด้านปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค้ำจุน ในประเด็นความรับผิดชอบ ต่องานที่ได้รับมอบหมายและเงินเดือน ตามลำดับ ซึ่งถึงแม้ว่าความพึงพอใจทั้งสองประเด็นจะอยู่ในระดับมาก แต่ก็เป็นการสะท้อนถึงปริมาณงานที่ได้รับมอบหมายกับเงินเดือนที่พนักงานบริการลูกค้าได้รับไม่เหมาะสมกัน องค์กรต่าง ๆ อาจต้องพิจารณาเงินเดือนหรือปริมาณงานให้เหมาะสมซึ่งกันและกัน โดยฝ่ายทรัพยากรมนุษย์อาจต้องประสานหารือร่วมกับผู้อำนวยการฝ่ายบริการลูกค้าถึงปัญหาที่เกิดขึ้น และพิจารณาเงินเดือนกับปริมาณงานให้เหมาะสม เพื่อเป็นการสร้างความพึงพอใจในการทำงานให้กับพนักงานบริการลูกค้า ซึ่งเปรียบเสมือนตัวแทนขององค์กรในการดูแลผู้ใช้บริการ หรือผู้มาติดต่อให้ได้รับความสะดวกสบายสูงสุด

4) จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในการทำงานไม่ได้เป็นตัวแปรที่อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเมื่อวัดถึงความตั้งใจในการทำงานในองค์กร ดังนั้นผู้บริหารองค์กรอาจพิจารณาทำการเก็บข้อมูลที่สะท้อนความคาดหวังอื่น ๆ ของ

พนักงานที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และความเข้าใจถึงงานทางด้านบริการลูกค้าเพื่อนำมาเป็นนโยบายในการรักษาทรัพยากรบุคคลให้อยู่ในองค์กรต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม ประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ละเอียดมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ ความพึงพอใจในการทำงานด้านปัจจัยแรงจูงใจและปัจจัยค่าจ้างในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้ทราบถึงความรู้สึกที่แท้จริงของพนักงานบริการลูกค้าในรูปแบบการบริการต่าง ๆ เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหาในองค์กรในระยะยาวต่อไป

2) อาจทำการศึกษาเกี่ยวกับสายงานหรือการทำงานในลักษณะอื่น ๆ หรือการเปรียบเทียบประเภทขององค์กรที่แตกต่างกัน เพื่อให้เข้าใจถึงตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการองค์กรและการสื่อสาร เพื่อประสิทธิภาพการทำงานของทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร

บรรณานุกรม

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา*. ชัคเชส มีเดีย.

ชนินฐา จิตแสง. (2563). *การสื่อสารระหว่างบุคคล: จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

คณศ จุลสุคนธ์. (2554). *ความสัมพันธ์ระหว่างสัมพันธภาพระหว่างบุคคลและการเป็นสมาชิกกลุ่มไม่เป็นทางการกับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ]. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2556). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 11). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ไทเกอร์. (2563, 4 กันยายน). ทำไมพนักงานลาออก? ข้อเสียและวิธีแก้ปัญหาพนักงานลาออก. Thai Winner. <https://thaiwinner.com/why-employees-quit/>
- ชญพร สีนพัฒน์พงศ์. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานการไฟฟ้านครหลวง จังหวัดกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902030070_7983_6531.pdf
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). จิตวิทยาการบริหารงานบุคคล. ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- ปาริชาติ โชคเกิด. (2564, 17 ตุลาคม). พนักงานร้านอาหารเกิน 60% ลาออกจากงานเพราะทนลูกค้าที่ผู้จัดการไม่ไหว. Brand Inside. <https://brandinside.asia/most-of-quick-service-restaurant-employees-quit-because-of-clients-and-manager>
- ปิยฉัตร ทับทิมเจือ. (2556). ความพึงพอใจในการสื่อสารภายในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน และสมรรถภาพการทำงานของบุคลากรกรมสุขภาพจิต [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:103458
- เผยสายงานที่ตลาดต้องการสูง ปี 65. (2565, 18 มกราคม). ผู้จัดการออนไลน์. <https://mgronline.com/business/detail/9650000005417>

- ฝ่ายนโยบายโครงสร้างเศรษฐกิจ. (2564). เปิด 4 เทรนด์การทำงานของโลกในยุค New normal. *BOT พระสยาม Magazine*, 2, 4-7. https://www.bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Documents/PhraSiam0264/BOT_Issue_2-64.pdf#page=6
- ฝ่ายบุคคลและผู้ประกอบการ. (2565, 5 พฤษภาคม). คนเปลี่ยนงานบ่อยใช้ว่าไม่เก่ง! ความท้าทายที่มาพร้อมความน่าสนใจ. *WorkVenture*. <https://www.workventure.com/blog/คนเปลี่ยนงานบ่อยใช้ว่าไม่เก่ง-ความท้าทายที่มาพร้อมความน่าสนใจ>
- พงศ์ หรดาล. (2540). *จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การเบื้องต้น*. ม.ป.ท.
- พัชรินทร์ วิบูลย์ศิริ. (2559). *ความคาดหวังในข่าวสารประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร และความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานบริษัท โมเดอร์นฟาร์มกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]*. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5807011332_6173_5333.pdf
- แพมาลา วัฒนเสถียรสินธุ์. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อปัญหาการสื่อสารในองค์กร กรณีศึกษา บริษัท ยูไนเต็ด แสตนด์การ์ด เทอร์มินัล จำกัด (มหาชน) [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]*. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5802036243_5789_4203.pdf
- ลลิตา เกอเกลียง. (2562). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรศูนย์การศึกษาพิเศษ ประจำจังหวัดในภาคใต้ [การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่]*. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

วาสิตา บุญสาธ. (2563). *การสื่อสารเชิงกลยุทธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมิต สัจฉกร. (2550). *การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). สายธาร.

10 คุณสมบัติสำคัญที่พนักงานบริการต้องมี. (2564, 22 มกราคม). HS Brands Global. <https://www.hsbrandsth.com/thai-mysteryshopping-articles/qualification-service-staff-must-have.html>

สุภาณี ดาแก้ว. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพแบบแสดงตัว การอนุमानสาเหตุภายในกับความสุขในการทำงานของครูโรงเรียนกวดวิชา โดยมีความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานเป็นตัวแปรกำกับ* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_5506035475_11009_11148.pdf

เสาวลักษณ์ จักรสันเทียะ. (2561). *ปัจจัยด้านคำตอบแทนที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกของพนักงานระดับเจ้าหน้าที่ กรณีศึกษาบริษัทผู้จำหน่ายรถยนต์แห่งหนึ่ง* [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. หอสมุดแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6002036264_9801_9819.pdf

อังคณา ไวน์ส. (2561). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มการตัดสินใจลาออกของพนักงานโรงงานทอผ้าฝ้าย อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดระยอง* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/372>

Courtney Gupta, Customer Service Enthusiast. (2565, 15 กรกฎาคม).

นียมของการบริการลูกค้า ทักษะ และปัจจัยคุณภาพที่สำคัญสำหรับ
ปี 2021. [https://www.zendesk.com/th/blog/customer-service-
skills/](https://www.zendesk.com/th/blog/customer-service-skills/)

Sale Here Editor. (2565, 21 มีนาคม). *พาส่อง 10 สายอาชีพมาแรงในปี 2022.*

Salehere. <https://salehere.co.th/articles/new-jobs-2022?ref=fbsh>

Downs, C. W., & Hazen, M. D. (1977). A factor analytic study of
communication satisfaction. *Journal of business communi-
cation*, 14(3), 63-73. [https://doi.org/10.1177/00219436770
1400306](https://doi.org/10.1177/002194367701400306)

Herzberg, F., Mansner, B., & Synderman, B. (1959). *The motivation
to work* (2nd ed.). McGraw-Hill.

Kotler, P. (1988). *Marketing management* (6th ed.). Prentice Hall.

Shaham, H. (2022). *Call center attrition: How to mitigate employee
turnover in 2022.* [https://techsee.me/blog/call-center-attrition-
rate-problem-symptoms-cure.](https://techsee.me/blog/call-center-attrition-rate-problem-symptoms-cure)